

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis untuk perancangan strategi pemasaran*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN
- Adji, Pricilia,. 2013,. “ *Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UK Petra Di Circle K Siwalan Kerto Surabaya*”,. Jurnal Universitas Kristen Petra,.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metode Penelitian Suatu Tujuan Praktek*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta
- Abdullah, Thamrin dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada
- Buchari Alma. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Djarwanto PS, dan Subagyo, Pangestu. 2005. *Statistik Induktif*. Edisi Kelima. Yogyakarta : BPFE.
- Eko Putro Widoyoko. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghozali. I. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* BPFE UDIP, Semarang
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Agus. 2012. *KomunikasiPemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.

- Jefkins, Frank. 2006. *Periklanan*. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Klaten: PT Intan Sejati
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dkk. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip.2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan,Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Kurniawati, Puji,. *“Pengaruh Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Tegalsari Semarang)”* ,. Skripsi
- Limakrisna, Nandan,. 2008,. *“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kerelasiaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah”* ,. Jurnal Universitas Persada Indonesia Y.A.I.,
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Ma’aruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Retail*.Jakarta:Pt Gramedia Pustaka Utama
- M.A,Morison.2010.*Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:Prenada media grup
- Novandri SN, Made,. 2010,. *“Analisi Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan”* ,. Skripsi Universitas diponegoro
- Nuris, Anwar,. 2014,. *“Pengaruh Harga, Citra Produk dan Iklan terhadap keputusan Pembelian pada Mie Instan Indomie Di Kecamatan Jambangan Surabaya”* ,. Jurnal Universitas Bhayangkara Surabaya
- Nasir, Moechammad. 2005. *Manajmen Pemasaran*. Surakarta:Ums

- Naresh K. Malhotra. (2010). *Marketing Reseach : An Applied Orientation Sixth Edition Pearson Education*.
- Pradnya Pratiwi, Made dkk,. 2015,. “*Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*”,. Jurnal Universitas Pendidikan Ganesha,.
- Pusat Bahasa. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetyo, J. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sihombing, Susi S.,2014. “*Pengaruh Harga, Kemasan, Dan Iklan, Terhadap Keputusan Pembelian Miunute Maid Pulpy Orange Pada Siswa SMA Negeri 1 Medan*”,.Skripsi Universitas Sumatera Utara.
- Ghozali, Iman. 2007. “*Teori akuntansi*”. Cetakan III. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (edisi kelima) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang:Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2010) *Metode PenelitianKuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. 2008. *Riset Bisnis untuk Pengambiklan Keputusan*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sinambela, L.P. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik;Teori,Kebijakan dan Implementasi*, cetakan kelima Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tania Mahakami, Eka,. 2008,. “*Pengaruh Faktor Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik di Taman Safari, Cisarua, Bogor)*”,. Skripsi Universitas Pertanian Bogor.
- Thoriq Aziz, Alfa,. 2015,. “*Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (analisis Regresi Sederhana Pada Mahasiswa baru Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)*”,. Skripsi Universiyas Islam Negeri Sunan Kalijaga,.

Tjiptono, Fandi. 2005. **Pemasaran Jasa**. Malang : Bayumedia.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Sumarwan, Sumarwan. 2015. *Perilaku /konsume: Teori dan Penerapannya*.
Bogor: Ghalia Indonesia

Wendyanto, Ferdinand (2015) *Pengaruh perceived price, perceived quality, perceived value, brand awareness, perceived risk terhadap purchase intention private label brands pada carrefour di Surabaya*. Undergraduate thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya.